Superintendencia de Industria y Comercio

Bogotá D.C., enero de 2026

Señor
**JOHN JAIRO ORTIZ FERNÁNDEZ**
jof1654@gmail.com

**Asunto:** Radicación: 25-626267
Folios: 11

Respetado Señor:

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 de la Ley 1437 de 2011, modificado por el artículo 1 de la Ley 1755 de 2015, *"por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo"*, procede la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a emitir un pronunciamiento, en los términos que a continuación se pasan a exponer:

## 1. OBJETO DE LA CONSULTA

Mediante petición radicada ante esta entidad, se nos consulta respecto de la responsabilidad de los portales de contacto, exponiendo:

> *"Tengo un problema con la aplicación (……) con razón social (……) , vendí un producto por dicha aplicación y ellos congelaron mi dinero alegando que la prenda está en mal estado, yo les envíe una prenda totalmente nueva con etiquetas, que a la compradora no le haya gustado ese ya no es problema de uno, además siento que ellos están violando mis derechos por que no me dan la opción de defensa. las opciones que me brindan son: 1me devuelven la prenda y yo tengo que pagar el envío 2la(sic) compradora se queda con la prenda y yo no recibo ningún tipo de dinero. 3responder(sic) al correo para entrar en disputa. Aquí está el problema, cuando elijo la opción 3 la respuesta de ellos es que el caso ya está cerrado y tan solo tengo para escoger la opción 1 o 2, que falta de respeto que brindan opciones pero hacen lo que a ellos se les da la gana. Además es una aplicación que dice que vende original y la mayoría de prendas son réplica y en mal estado, ahora hay otro problema, si ellos me devuelven la prenda quien me garantiza que la prenda llegue en el estado que yo la envíe*

## 2. CUESTIÓN PREVIA

Reviste de gran importancia precisar en primer lugar que la **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO** a través de su Oficina Asesora Jurídica no le asiste la facultad de dirimir situaciones de carácter

particular, debido a que, una lectura en tal sentido implicaría la flagrante vulneración del debido proceso como garantía constitucional.

Al respecto, la **CORTE CONSTITUCIONAL** ha establecido en la Sentencia C-542 de 2005:

> *"Los conceptos emitidos por las entidades en respuesta a un derecho de petición de consulta no constituyen interpretaciones autorizadas de la ley o de un acto administrativo. No pueden reemplazar un acto administrativo. Dada la naturaleza misma de los conceptos, ellos se equiparan a opiniones, a consejos, a pautas de acción, a puntos de vista, a recomendaciones que emite la administración pero que dejan al administrado en libertad para seguirlos o no"* [1]

Realizadas las anteriores precisiones, por este medio se le suministrarán las herramientas de información y elementos conceptuales necesarios que le permitan absolver las inquietudes por usted manifestadas, como sigue:

## 3. FACULTADES DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

En atención al tema de su consulta, le informamos que las competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio, según lo disponen los numerales 17 al 25, 36 al 40 y 55 al 60 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, modificado por el Decreto 092 de 24 de enero de 2022 a través del cual se modificó la estructura de la Entidad, en materia de protección al consumidor, confieren entre otras las siguientes facultades:

- Velar por la observancia de las disposiciones sobre protección al consumidor.
- Adelantar procedimientos por violación al régimen de protección del consumidor, en ejercicio de funciones administrativas y jurisdiccionales.
- Imponer sanciones por violación al régimen de protección al consumidor, una vez surtida una investigación.
- Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor con el fin de establecer criterios y procedimientos que faciliten el cumplimiento de las normas.

En virtud de dichas competencias, entre otras, las funciones que cumple esta Superintendencia se relacionan con temas concernientes a las garantías de los bienes y servicios, así como, la verificación de la responsabilidad por el incumplimiento de las normas sobre información veraz y suficiente, publicidad

[1] Corte Constitucional, Sentencia C-542 de 2005

engañosa, indicación pública de precios y protección contractual en relación con las cláusulas abusivas.

## 4. CONSIDERACIONES EN TORNO A LA CONSULTA

### 4.1 Relación de consumo

El artículo 2 de la Ley 1480 de 2011 -Estatuto del Consumidor-, establece el ámbito de aplicación de dicha norma, así:

> "*Las normas de esta ley regulan los derechos y las obligaciones surgidas entre los productores, proveedores y consumidores y la responsabilidad de los productores y proveedores tanto sustancial como procesalmente.* ***Las normas contenidas en esta ley son aplicables en general a las relaciones de consumo*** *y a la responsabilidad de los productores y proveedores frente al consumidor en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, evento en el cual aplicará la regulación especial y suplementariamente las normas establecidas en esta Ley.*
>
> *Esta ley es aplicable a los productos nacionales e importados*". (Negrillas fuera del texto original).

Este artículo establece como marco general de aplicación de la Ley 1480 de 2011 - Estatuto del Consumidor, las relaciones de consumo, las cuales se presentan respecto de quienes adquieren un bien o servicio de productores o proveedores, para satisfacer una necesidad propia, privada, familiar o empresarial que no esté ligada intrínsecamente con su actividad económica.

Se concluye entonces que la existencia de una relación de consumo, entendida como aquella establecida entre consumidores y productores y/o proveedores, es necesaria para dar aplicación a las normas de protección al consumidor.

Ahora bien, respecto de los conceptos de consumidor, proveedor, productor, y portal de contacto, elementos necesarios para resolver los interrogantes planteados en su consulta la precitada Ley 1480 de 2011 establece las siguientes definiciones:

> ***"Artículo 5°. Definiciones****. Para los efectos de la presente ley, se entiende por:*
>
> *(…)*
>
> *3.* ***Consumidor o usuario.*** *Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario.*

> *9. **Productor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, diseñe, produzca, fabrique, ensamble o importe productos. También se reputa productor, quien diseñe, produzca, fabrique, ensamble, o importe productos sujetos a reglamento técnico o medida sanitaria o fitosanitaria.(…)*
>
> *11. **Proveedor o expendedor:** Quien de manera habitual, directa o indirectamente, ofrezca, suministre, distribuya o comercialice productos con o sin ánimo de lucro.*
>
> ***18. Portal de Contacto:** Toda plataforma electrónica dispuesta por personas naturales o jurídicas que pone en contacto a proveedores o productores con consumidores a través de la cual se podrá concretar la relación de consumo directamente entre el consumidor y el productor o el proveedor."*

Como puede advertirse de los conceptos previamente citados, las relaciones de consumo que se establecen a través de portales de contacto corresponden a una particular forma de comercio electrónico que, con el propósito de orientar la respuesta a sus interrogantes, se pasa a explicar.

## 4.2 Comercio electrónico

El artículo 49 de la Ley 1480 de 2011 establece qué se debe entender por comercio electrónico para efectos del derecho del consumo:

> *"**ARTÍCULO 49**. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 1o, inciso b) de la Ley 527 de 1999, se entenderá por comercio electrónico la realización de actos, negocios u operaciones mercantiles concertados a través del intercambio de mensajes de datos telemáticamente cursados entre proveedores y los consumidores para la comercialización de productos y servicios."*

En consideración a la norma transcrita la doctrina ha conceptuado:

> *"Según lo anterior, **cualquier acto u operación de comercio, señalado en el artículo 20 del Código de Comercio** (134), tales como la manufactura, intermediación y expendio de todo tipo de bienes, las transacciones de títulos valores, el transporte de personas y cosas, los contratos de edición, y los actos de las sociedades comerciales, para mencionar solamente algunos, **se encuentran cubiertos por la Ley 1480.***
> *Debe recordarse que, como sobre la materia de protección al consumidor mediante medios electrónicos (comercio electrónico), no existe norma especial diferente de la Ley 527 de 1999, la cual cubre temas de importancia para el comercio electrónico, como el transporte de mercancías, (los cuales aplican a comerciantes y no- comerciantes,*

*como los consumidores) (135), las normas de la Ley 1480 aplican a todas las actividades mercantiles.*

*Adicionalmente, debe señalarse que el artículo 49 de la Ley 1480, queriendo hacer referencia al literal b) del artículo 2° de la Ley 527 de 1999 (no obstante el texto oficial hace referencia al artículo 1° de la Ley 527) (136), precisó que las obligaciones contenidas en el título VI sobre protección al consumidor del comercio electrónico deben entenderse, sin perjuicio de la definición de comercio electrónico de la Ley 527 de 1999, y por ende, las normas del Estatuto del Consumidor, incluida su definición de comercio electrónico, son exclusivamente aplicables a la Ley 1480 (137)[2]".*

Debe decirse entonces que la Ley 1480 de 2011 contempla una regulación particular y específica en lo relacionado con el comercio electrónico, la cual, puede ser aplicada a todas las actividades mercantiles, por lo tanto, sus lineamientos, deberán ser seguidos por todos aquellos que pretendan comercializar productos y servicios a través de la utilización de medios electrónicos o cualquier otra técnica de comunicación a distancia.

### 4.3 Obligaciones de proveedores y expendedores que comercializan bienes y servicios por medios electrónicos.

El artículo 50 impone a quienes comercializan productos o servicios a través de comercio electrónico una serie de obligaciones que se orientan a que el consumidor tome decisiones de manera informada, especialmente en relación con el ejercicio de sus derechos y la seguridad de la información personal del consumidor.

En relación con esta normativa, el Dr. Juan Carlos Villalba Cuellar en su libro *"Introducción al Derecho del Consumo"*, señala:

---

[2] Giraldo López Alejandro, Caycedo Espinel Carlos Germán y Madriñán Rivera Ramón Eduardo, "*Comentarios al Nuevo Estatuto del Consumidor*", Legis, Primera Edición, 2012, páginas 134 y 135
Nota al pie del original: (134) Ver Código de Comercio, artículo 20. Ver también comentario al numeral 3 del artículo 5° de la ley 1480.
(135) Ver Ley 527 de 1999, artículos 26 y 27.
(136) Ver Ley 527 de 1999, artículo 2°, literal b)
(137) Ver Ley 527 de 1999, artículo 2°, literal b). El mencionado literal define: "b) Comercio electrónico. Abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o de cualquier otro medio similar. Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes y servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o pasajeros por vía aérea, marítima y férrea o por carretera.

*"…El artículo 50 consagra unos deberes especiales a cargo de los productores y proveedores en el comercio electrónico entre los cuales merece destacarse: a) Acentuación del deber de información a cargo del productor y proveedor sobre las mercancías o servicios en venta, cuando el ofrecimiento se acompañe de imágenes o no, encaminada a que el consumidor pueda hacerse una idea lo más aproximada a la realidad de los mismos. b) Información sobre todas las características del contrato, medio de pago, entrega, plazos, derecho de retracto, y en general toda información relevante. c) Obligación de publicar el contenido del contrato a condiciones generales. d) Obligación adicional de presentar un resumen del pedido con indicación de los bienes y precios para que consumidor pueda verificar que corresponde a lo querido y dar su aprobación. e) Obligación de presentar al consumidor a más tardar al día siguiente un acuse de recibo del pedido, f) Conservar los soportes y pruebas de las transacciones realizadas con los consumidores a fin de poder probar ante los organismos de control la conformidad de las mismas e) Adoptar mecanismos de seguridad para proteger la información del consumidor y la seguridad de la transacción, entre otras enunciadas en el texto extenso del artículo…"*

En relación con el asunto consultado, el artículo 50 contempla lo siguiente:

*"ARTÍCULO 50. Sin perjuicio de las demás obligaciones establecidas en la presente ley,* ***los proveedores y expendedores*** *ubicados en el territorio nacional* ***que ofrezcan productos utilizando medios electrónicos****, deberán:*
*a).* ***Informar en todo momento*** *de forma cierta, fidedigna, suficiente, clara, accesible y actualizada* ***su identidad*** *especificando su nombre o razón social, Número de Identificación Tributaria (NIT), dirección de notificación judicial, teléfono, correo electrónico y demás datos de contacto.*
*b).* ***Suministrar en todo momento información cierta, fidedigna, suficiente, clara y actualizada respecto de los productos que ofrezcan.*** *(…)*
***También se deberá indicar el plazo de validez de la oferta y la disponibilidad del producto.*** *En los contratos de tracto sucesivo, se deberá informar su duración mínima.*
*Cuando la publicidad del bien incluya imágenes o gráficos del mismo, se deberá indicar en qué escala está elaborada dicha representación.*
*(…)*
*d****). Publicar en el mismo medio y en todo momento, las condiciones generales de sus contratos, que sean fácilmente accesibles y disponibles para su consulta, impresión y descarga, antes y después de realizada la transacción, así no se haya expresado la intención de contratar.***
*Previamente a la finalización o terminación de cualquier transacción de comercio electrónico, el proveedor o expendedor deberá presentar al consumidor un resumen del pedido de todos los bienes que pretende*

*adquirir con su descripción completa, el precio individual de cada uno de ellos, el precio total de los bienes o servicios y, de ser aplicable, los costos y gastos adicionales que deba pagar por envío o por cualquier otro concepto y la sumatoria total que deba cancelar. Este resumen tiene como fin que el consumidor pueda verificar que la operación refleje su intención de adquisición de los productos o servicios ofrecidos y las demás condiciones, y de ser su deseo, hacer las correcciones que considere necesarias o la cancelación de la transacción. Este resumen deberá estar disponible para su impresión y/o descarga.*

*(…)*

***e) Mantener en mecanismos de soporte duradero la prueba de la relación comercial, en especial de** la identidad plena del consumidor, su **voluntad expresa de contratar**, de la forma en que se realizó el pago y la entrega real y efectiva de los bienes o servicios adquiridos, de tal forma que garantice la integridad y autenticidad de la información y que sea verificable por la autoridad competente, por el mismo tiempo que se deben guardar los documentos de comercio. (…)*

*g) **Disponer en el mismo medio en que realiza comercio electrónico, de mecanismos para que el consumidor pueda radicar sus peticiones, quejas o reclamos,** de tal forma que le quede constancia de la fecha y hora de la radicación, **incluyendo un mecanismo para su posterior seguimiento**. (…).” Negrilla y subrayado fuera de texto.*

## 4.4 Portales de contacto

Un portal de contacto corresponde, según se establece en el artículo 53 de la Ley 1480 de 2011, a una plataforma electrónica que tiene como objeto poner en contacto a consumidores y oferentes de productos y servicios:

> ***“Artículo 53. Portales de contacto.** Quien ponga a disposición una plataforma electrónica **en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización** y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo, deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, para lo cual deberán contar con un registro en el que conste, como mínimo, el nombre o razón social, documento de identificación, dirección física de notificaciones y teléfonos. Esta información podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.” (negrilla fuera de texto original)*

Puede establecerse, según lo anterior, que plataforma electrónica es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de *hardware* o *software* con los que es compatible.

En el citado artículo se diferencian tres clases de sujetos:

**(i) quien pone a disposición el portal de contacto,**

(ii) los oferentes o personas naturales o jurídicas que ofrecen productos para su comercialización, por medio de ese portal, y

(iii) los consumidores, quienes por medio del portal pueden contactar a los oferentes en relación con su oferta o consultar sus datos con el propósito de presentar quejas o reclamos frente a un producto comprado.

La norma **sólo señala** a los portales de contacto como responsables de la obligación de presentar a los consumidores la información específica sobre los oferentes, a quien pone a disposición el portal de contacto, sin establecer responsabilidad solidaria respecto a la garantía por calidad, idoneidad y seguridad (entre éste y el oferente, productor o proveedor del producto o servicio ofrecido a través del portal), como ocurre, por ejemplo, en los artículos 6 (garantía por falta de calidad, idoneidad y seguridad de los productos), 10 (garantía legal), 13 (garantías suplementarias), 19 (responsabilidad por daños por producto defectuoso) y 30 (responsabilidad del medio de comunicación por publicidad engañosa) de la Ley 1480 de 2011.

Por lo tanto, consideramos que sólo quien pone a disposición el producto en el portal de contacto será el responsable por el incumplimiento de las responsabilidades establecidas en el precitado artículo 50. De otro lado, debe destacarse que según el artículo 53 del Estatuto del Consumidor la principal responsabilidad del **portal de contacto** consiste en garantizar que **todos los oferentes** ofrezcan la información que permita su identificación.

Ahora bien, a modo de información, podemos señalarle que esta Superintendencia, en Resolución 40924 de 2012, al resolver un recurso de reposición en relación la posición de una plataforma de comercio electrónico dentro de una investigación administrativa anotó:

> *"Ahora bien, el fundamento del juicio de responsabilidad administrativa endilgada por el operador jurídico ad quo al recurrente, consistió, en que la sociedad, al ser la propietaria de la página web en la cual se llevó a cabo el acuerdo que culminó con la compra del computador referido, también se vincula como anunciante de lo engañosamente informado, es decir es parte de la relación de consumo inicialmente surtida entre el oferente y el consumidor y, en consecuencia, debe responder solidariamente junto al vendedor por las faltas al deber de información que sobre éste último se verifique.*
> *"La posición mencionada deberá ser revaluada por esta Dirección, puesto que de un análisis estricto de las piezas que obran en el expediente y, atendiendo a una interpretación más rigurosa de los artículos 14 y 31 del Decreto 3466 de 1982, considera, que el cumplimiento del deber de información en la forma como lo establece*

*el Estatuto del Consumidor, debe observarse desde el servicio que ofrece la sociedad investigada al público, el cual es una operación comercial que consiste en proveer, a través de un sitio web, una plataforma en línea que presta un lugar de encuentro para los diferente usuarios –anunciantes y compradores- que se registran con el objetivo de comprar y/o vender determinados producto o servicios, mediante una mecánica similar a los avisos clasificados en medios impresos.*
***"En términos de derecho privado, la actividad comercial de la investigada consiste en "poner en relación a dos personas" con el fin que celebren un negocio "sin estar vinculado a las partes por relaciones de colaboración y dependencia, mandato o representación**".(1)*
*"Así pues, se encuentra que la información que le corresponde suministrar a (…), es aquella relacionada con el desarrollo propio de su actividad y a las condiciones y restricciones de uso, es decir aquellas afirmaciones que haga al público sobre las características y cualidades de su servicio.*
*"Entonces, se considera que el juicio de responsabilidad administrativa endilgado a la sociedad por quebrantos a las normas de información referidas del Estatuto del Consumidor, debe revocarse; por cuanto los requisitos de veracidad y suficiencia de la información desplegada en el caso concreto, son exigibles únicamente al vendedor (…), propietario del establecimiento de comercio (…), rompiéndose entonces el vínculo in solidum establecido en el artículo 1º del resuelve de la decisión censurada." "(1) Artículo 1340 Código de Comercio."*[3]

Como puede verse, para el caso citado, la Entidad no encontró que la plataforma de comercio electrónico encaje dentro de las definiciones de productor o proveedor que trae la Ley 1480 de 2011, pues su función es la de poner en relación con dos personas, sin tener un vínculo directo con quien realiza la compra, por tanto, en interpretación de esta Oficina, **no podría hablarse en esto casos de una relación de consumo.**

Así las cosas, en principio, los requisitos de veracidad y de suficiencia de la información tanto de la oferta como del producto, desplegados por un comerciante en un portal de contacto son exigibles únicamente a dicho vendedor mas no a quien pone a disposición el portal de contacto.

No obstante, esta responsabilidad puede llegar a ser extensiva al portal de contacto en virtud del grado de conocimiento que tenga este respecto de la legalidad o licitud tanto de la oferta como del producto o servicio comercializado por dicho medio, y respecto del conocimiento que tenga sobre la veracidad o no de la información proporcionada por el vendedor al consumidor.

[3] Superintendencia de Industria y Comercio, Resolución 40924 de 2012.

Lo expresado teniendo en cuenta que de comprobarse dentro de una investigación administrativa o dentro de un proceso judicial que el portal de contacto conocía **i.** que la oferta o el producto o servicio comercializado eran ilegales o ilícitos, o **ii.** que la información o publicidad proporcionada por el vendedor al consumidor no era veraz, faltando así a su deber mínimo de diligencia, este podría llegar a ser responsable solidariamente de los perjuicios y daños ocasionados al consumidor como a terceros en virtud del artículo 2344 y 2356 del Código Civil, que como se enunció dependerán del grado de participación dentro de las conductas investigadas o conocidas por la autoridad o por juez competente.

> "***ARTICULO 2344. RESPONSABILIDAD SOLIDARIA***. *Si de un delito o culpa ha sido cometido por dos o más personas, cada una de ellas será solidariamente responsable de todo perjuicio procedente del mismo delito o culpa, salvas las excepciones de los artículos 2350 y 2355.*
>
> *Todo fraude o dolo cometido por dos o más personas produce la acción solidaria del precedente inciso."*
>
> ***"ARTICULO 2356. RESPONSABILIDAD POR MALICIA O NEGLIGENCIA***. *Por regla general todo daño que pueda imputarse a malicia o negligencia de otra persona debe ser reparado por ésta. (…)"*

No obstante, en los casos en que el portal intervenga activamente en las transacciones, por ejemplo si recibe comisión, o de alguna forma se lucra de su actividad, de modo que pueda considerársele como un auténtico proveedor serán aplicables las normas sobre protección al consumidor.

Al respecto, mediante Resolución 55912 de 2016 al resolver un recurso de apelación esta Superintendencia señaló lo siguiente:

> "*Ante estas pruebas y aunadas a* ***la aceptación expresa*** *por parte del libelista* ***del cobro por comisión por venta concretada, se devela un interés por parte de la encartada en la concreción de las relaciones de consumo, lo que va más allá que el disponer de "(…) una plataforma electrónica en la que personas naturales o jurídicas puedan ofrecer productos para su comercialización (…)",*** *es decir, de la simple disposición de un espacio para que se encuentren vendedores y compradores.*
>
> *Ahora bien, la analogía que propone el libelista de su actividad y el contrato de corretaje, en vez de desvirtuar la calidad de portal de comercio electrónico establecido por la Dirección, fundamenta aún más dicha categorización, por cuanto del análisis jurisprudencia de este contrato típico* ***se advierte su adecuación a la definición de***

***proveedor o expendedor descrita en el numeral 11 del artículo 5 del mismo estatuto***.

*(…)*

*Con esta conceptualización, la labor del corredor va más allá de la simple y primigenia actividad de poner en contacto a dos partes, lo que analógicamente sería portar de contacto, se identifica a de corredor una iniciativa en el negocio, el tener un interés en el mismo, a partir de la búsqueda, hallazgo y conclusión de los negocios; funciones que van más encaminadas a encajar en la definición proveedor o expendedor, por cuanto de forma indirecta ofrece*[4] *un producto o servicio.*

Sin embargo, cuando el portal intervenga activamente en las transacciones, por ejemplo si recibe comisión, o de alguna forma se lucra de su actividad en relación con el consumidor, puede considerársele como un auténtico ***proveedor*** y le serán aplicables las normas sobre protección al consumidor, y quedará obligado a cumplir las normas en materia de comercio electrónico, entre ellas las disposiciones sobre información, retracto, reversión, garantías, etc.

Ahora bien, atendiendo lo expresado en su consulta debe señalarse que la relación que se establece entre un portal de contacto y quien funge como productor, vendedor o expendedor para integrar dicho servicio en su cadena de negocio **escaparía** del concepto de relación de consumo, y por ende del control y vigilancia atribuido a la Superintendencia de Industria y Comercio.

Las relaciones de derecho privado que se presenten entre un portal de contacto y los usuarios (personas naturales o jurídicas) **que utilizar dichos servicios para ofrecer productos para su comercialización** y los eventuales conflictos que se susciten corresponden a asuntos que deben ser resueltos por la jurisdicción civil ordinaria.

En ese orden de ideas, esperamos haber atendido satisfactoriamente su consulta, reiterándole que la misma se expone bajo los parámetros del artículo 28 de la Ley 1437 de 2011, esto es, bajo el entendido que la misma no compromete la responsabilidad de esta Superintendencia ni resulta de obligatorio cumplimiento ni ejecución.

En la Oficina Asesora Jurídica de la Superintendencia de Industria y Comercio estamos comprometidos con nuestros usuarios para hacer de la atención una experiencia de calidad. Por tal razón le invitamos a evaluar nuestra gestión a través del siguiente link https://forms.office.com/r/hUgLnS0bBN

[4] Según el Diccionario de la Real Academia Española la palabra "ofrecer" significa: "Manifestar y poner patente algo para que todos lo vean".

Superintendencia de Industria y Comercio

Finalmente le informamos que algunos conceptos de interés general emitidos por la Oficina Jurídica, los puede consultar en nuestra página web https://buscadorconceptos.sic.gov.co/#/search

Atentamente,

RENE ALEJANDRO BUSTOS MENDOZA

Firmado digitalmente por RENE ALEJANDRO BUSTOS MENDOZA
Fecha: 2026.01.28 12:52:40 -05'00'

**ALEJANDRO BUSTOS MENDOZA**
JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

Elaboró: Diego Villarreal
Revisó: Clara Vega
Aprobó: Alejandro Bustos